

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Pegadaian (Persero) merupakan badan usaha keuangan non bank yang bergerak di bidang pembiayaan dengan bertujuan untuk mencegah terjadinya peminjaman dana kepada para ijon, rentenir atau pihak lainnya yang memberikan pinjaman yang tidak wajar dengan bunga yang relatife tinggi yang dapat merugikan masyarakat. Meskipun Pegadaian untuk saat ini masih menjadi *market leader* dibidang usaha gadai, tidak membuat Pegadaian berhenti berinovasi dalam produk jasanya seperti kredit berbasis fiduisa, pembiayaan investasi emas dan produk jasa lainnya.

Menurut Faiz (2010:218) dengan adanya penerapan produk Mikro Kreasi yang baik menjamin perbaikan perusahaan pegadaian dalam waktu yang cukup panjang karena setiap proses kredit yang diberikan tentu dilakukan dengan sistem adil, yang dimaksud pihak pegadaian memberikan kredit yang berupa uang atau barang yang digadaikan seperti BPKB, dan sertifikat tanah. Sehingga dengan ini perusahaan pegadaian dalam melaksanakan proses kredit tidak terlalu merugikan dan namun sebagai catatan harus selalu berhati – hati.

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng mendistribusikan ataupun memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen dapat melalui produk

Mikro Kreasi untuk mengkomunikasikan dengan pasarnya. Kemudian perusahaan akan mendapatkan informasi dari pasar sebagai umpan baliknya, dan produk Mikro Kreasi yang dilakukan harus memiliki sebuah perencanaan, pelaksanaan dan sasaran yang tepat. Seperti memiliki tujuan dan sasaran yang spesifik, terukur, dapat diterima oleh logika dan memiliki waktu pencapaian ataupun pelaksanaannya.

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng sedang mengalami permasalahan yaitu karena minimnya modal usaha akibatnya, pengusaha tidak bisa menaikkan jumlah produksi barang untuk mencapai omzet lebih banyak dan para usaha kecil dan menengah seringkali kesulitan dalam mencari modal pembiayaan dari bank, karena banyaknya persyaratan yang belum terpenuhi.

Maka dari itu Pegadaian menawarkan produk Mikro Kreasi untuk usaha kecil dan menengah karena usaha kecil dan menengah kurangnya pengetahuan tentang produk apa saja yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.

Perlu disampaikan dalam memasarkan produk Mikro Kreasi dan banyak pengusaha Mikro atau usaha kecil dan menengah memandang pemasaran sebagai sesuatu yang mewah sehingga banyak produk tersebut tidak mendapat sentuhan pemasaran baik dari segi bentuk atau modal.

Pelaku hanya fokus dalam memproduksi dan mempromosikan barang tanpa memikirkan bagaimana usaha kecil dan menengah bisa meningkatkan produksi barang yang ditawarkan dalam masyarakat untuk meningkatkan barang dengan harga yang ditawarkan ke pemasar.

Sistem pemasaran memiliki dua unsur yang saling berinteraksi, kedua unsur tersebut adalah organisasi yang dipasarkan dan pasar yang dituju. Kedua unsur tersebut dihubungkan oleh dua pasang aliran, yaitu aliran organisasi pemasaran (persusahaan) yang mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen, yang kemudian mendapatkan imbalan berupa uang pembayaran dari konsumen sebagai kontrak prestasinya.

Yang kedua adalah aliran informasi, di sini informasi yang dimaksudkan untuk perusahaan yang akan mendistribusikan ataupun memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen dapat melalui promosi untuk mengkomunikasikan dengan pasarnya.

Kemudian perusahaan akan mendapatkan informasi dari pasar sebagai umpan baliknya, dan promosi yang dilakukan harus memiliki sebuah perencanaan, pelaksanaan dan sasaran yang tepat. Seperti memiliki tujuan dan sasaran yang spesifik, terukur, dapat diterima oleh logika dan memiliki waktu pencapaian ataupun pelaksanaannya.

Pegadaian Kreasi (Kredit Angsuran sistem) merupakan salah satu produk dari PT. Pegadaian (Persero) sebagai bentuk layanan pemberian pinjaman kepada masyarakat menengah kebawah yang mempunyai usaha Mikro dan kecil bertujuan untuk pembiayaan kegiatan usahanya atas dasar hukum gadai yang cara pelunasannya diangsur setiap bulan sesuai jangka waktu pinjaman. PT. Pegadaian Cabang Genteng

Pegadaian kurangnya channel dalam mendistribusikan produk Mikro Kreasi dan mempromosikan kepada usaha kecil dan menengah yang membutuhkan dana

untuk memasarkan produksi barang dalam usaha kecil dan menengah kepada masyarakat yang membutuhkan barang yang diperlukan. Oleh karena itu PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng muncul sebagai solusi alternatif bagi masyarakat dalam mendapatkan dana dengan cepat, mudah dan aman yang dapat digunakan baik untuk kegiatan produksi maupun konsumsi karena prosedurnya tergolong lebih sederhana dibandingkan mengajukan pinjaman dana ke bank. Kelebihan lain yang dimiliki PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng adalah barang yang jaminan seperti BPKB oleh nasabah untuk memperoleh pinjaman, dapat diambil lagi dikemudian hari sehingga nasabah tidak perlu kehilangan barangnya. Dengan kata lain, bagi orang yang ingin mendapatkan dana dengan proses yang mudah dan cepat dapat pergi ke PT Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan pada penelitian ini adalah apa saja yang dilakukan dalam system pemasaran produk mikro kreasi. Maka penulisan ingin mengetahui sistem pemasaran apa produk mikro kreasi yang digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi dan dengan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian.

1. Bagaimana Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.
2. Bagaimana kendala dalam Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Genteng dan cara mengatasinya.

1.3 Batasan Masalah

Batas masalah dalam sebuah penelitian sangatlah penting untuk dilakukan sehingga penelitian menjadi terarah dan dalam melakukan proses pengumpulan data pada saat berada dilapangan serta pembahasan juga tidak menjadi luas dan menimbulkan kebingung atas melakukan penelitian.

Dalam peraktek kerja lapangan Penelitian hanya memfokuskan pada cara mengatasi sistem pemasaran produk mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng. Dan dimana Penelitian hanya fokus pada cara mengatasi kendala dalam pelaksanaan sistem pemasasraan produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian Cabang Genteng

1.4 Tujuan Penelitian

a. Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran produk mikro kreasi kegiatan pemasaran PT. Pegadain (persero).
2. Untuk mendeskripsikan cara mengatasi kendala pada sistem pemasaran produk mikro kreasi PT. Pegadaian (persero)

b. Kegunaan peneliti

1. Bagi penulis, memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman praktis/kerja tenang bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi.
2. Bagi masyarakat, dapat menambah pengetahuan tentang produk-produk gadai dan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian yang lebih lanjut. Peneliti sangat mengharapkan adanya manfaat yang bisa dirasakan oleh peneliti selanjutnya serta tempat peneliti yang sama, sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi utama baik dalam pelaksanaan kegiatan peneliti maupun penyusunan tugas akhir.

b. Bagi Pihak PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng akan lebih dikenal oleh masyarakat apabila namanya sering digunakan oleh beberapa peneliti untuk dijadikan sebagai pusat pengamatan. Sehingga melalui tulisan ini peneliti sangat mengharapkan adanya kepercayaan dalam diri masyarakat sekitar untuk menjadi nasabah atau sekedar menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.